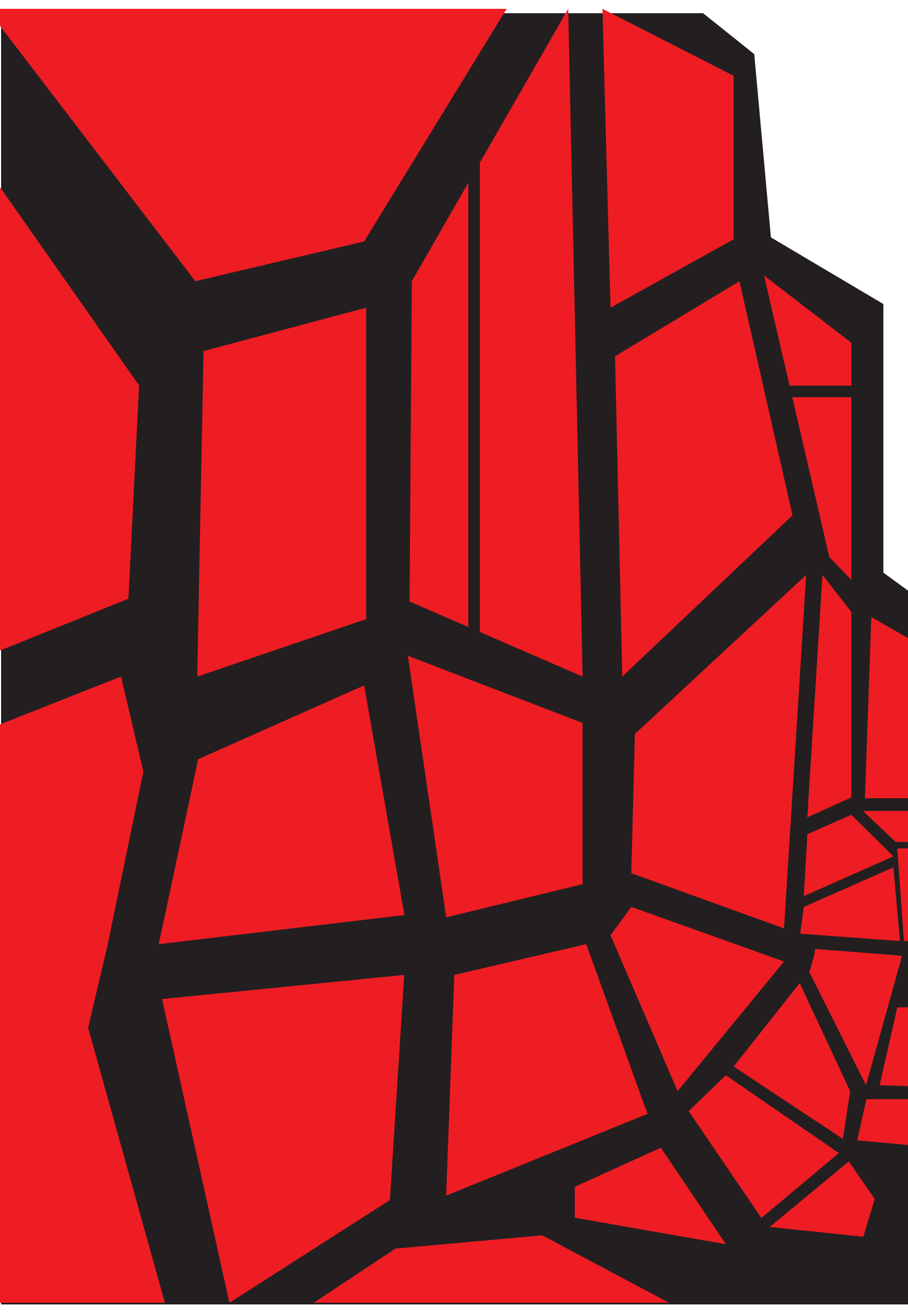


ARTEACTUAL

de la adversidad
¡VIVIMOS!

I ENCUENTRO IBEROAMERICANO
SOBRE ARTE, TRABAJO y ECONOMÍA





ARTE ACTUAL – FLACSO ECUADOR

Director FLACSO
Adrián Bonilla

Coordinador Espacio Arte Actual
Marcelo Aguirre

Asistencia
Isabel Cornejo

Primer Encuentro Iberoamericano de Arte, Trabajo y Economía
“de la adversidad ¡vivimos!”
www.delaadversidadvivimos.wordpress.com

Coordinadora del Encuentro
Paulina León

Curadora del Encuentro
María Fernanda Cartagena

Asistente de Producción
María del Carmen Oleas
María José Salazar

Metodología para las Mesas de Trabajo del Encuentro
Gabriela Montalvo

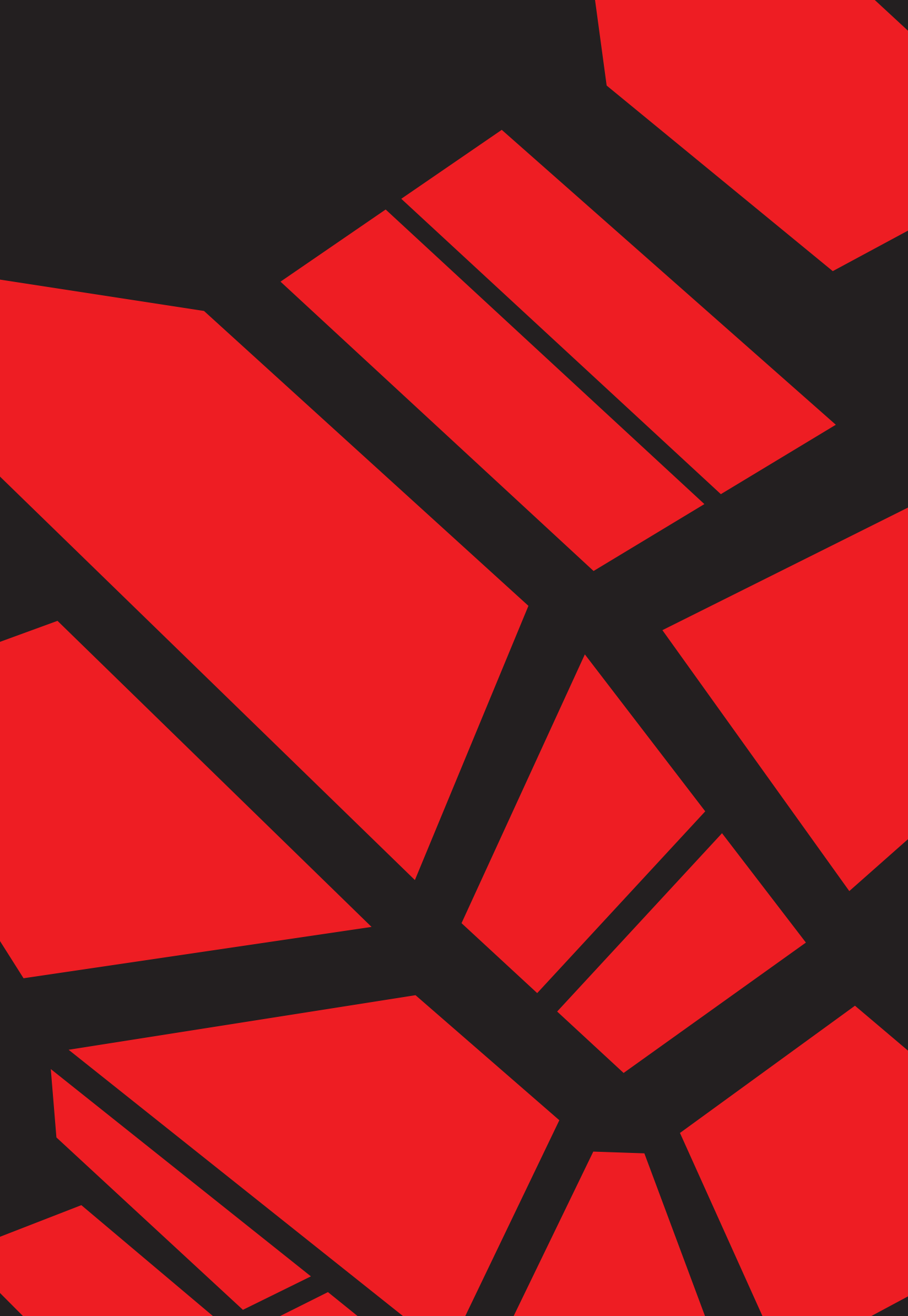
Corrección de textos
Paulina Torres

Diseño e ilustración
Gonzalo Vargas M.
www.pixelmono.com

Fotografía
Federico Castro
José Peña
Pamela Suasti

Impresión
Imprenta Abilit

La Pradera E7-174 y Av. Diego de Almagro
Quito Ecuador
Pbx: +593-2-3238888 ext.2040
arteactual@flacso.org.ec
www.arteactual.ec



ÍNDICE

**Las Memorias del Primer Encuentro
Iberoamericano sobre Arte, Trabajo y Economía** - Paulina León **10**

Coloquio

Coloquio y sus líneas de debate - María Fernanda Cartagena **18**

El Arte y la Economía - Fernando Martín **24**

Economía de la cultura: la relación entre cultura, economía y ¿desarrollo? - Gabriela Montalvo **30**

Políticas de la creación en la deriva transnacional - Suely Rolnik **36**

**Hacer, trabajar, cercar: notas sobre las prácticas artísticas y su relación con el
mercado capitalista** - Alberto J. López Cuenca **42**

NoMínimo. Poniendo un año en blanco y negro - Pilar Estrada **48**

De espacios en crisis a espacios críticos - Marcelo Aguirre **52**

Lugar a dudas - Claudia Sarria **56**

Artistas radicales y vendidos - Tranvía Cero **64**

Crear REDES: Hambre, lab latino y espacio trapézio - Javier Duero **68**

La distribución de la experiencia y la acción de residir - Paulina Varas **72**

**Herramientas conceptuales de regulación y profesionalización del sector: procesos asociativos,
buenas prácticas y código deontológico** - Federico Castro **78**

Mesas de Trabajo

Sobre este informe - Paulina León **90**

Sobre la metodología de trabajo - Gabriela Montalvo **91**

Sistematización de las Mesas de Trabajo - Andrés Cortés, Pablo Bayas, Paulina León, Ángela Mateus,
Markus Nabernegg, Isabel Patiño, María Elena Rodríguez, María Isabel Vargas y Marco Vinuesa. **92**

A manera de conclusiones - Paulina León **128**

Anexos

Concepto del Encuentro - María Fernanda Cartagena **132**

Entrevista: Procesos colectivos para la profesionalización del sector de las artes visuales contemporáneas **135**

**Entrevista: Procesos de sustentabilidad de espacios y proyectos dedicados al arte contemporáneo
en América Latina** **139**

Entrevista: Formas de producción artística dentro y fuera del mercado **144**

Biografías **154**

**MESA I: ECONOMÍA Y CULTURA ¿UNA
RELACIÓN CONTRADICTORIA? DILEMAS Y
OPORTUNIDADES EN EL DIÁLOGO ECONOMÍA, CUL-
TURA Y ARTE EN EL CAPITALISMO GLOBALIZADO.**



EL ARTE Y LA ECONOMÍA

Fernando Martín

Economía y arte

Durante mucho tiempo el sector cultural y artístico fue ignorado por la teoría económica. Para los economistas clásicos, el arte (y en general la cultura) era considerado una actividad improductiva, que no generaba excedentes, y que no encaja en la teoría del valor, por lo que fue excluido del análisis económico, aunque se les considera como excepción (Rausell, 1999) Es a partir de la revolución marginalista del siglo XIX (Jevons, Clark y Mengel), cuando el arte aparece como un sector que puede brindar utilidad al individuo y a la sociedad entera, cuyos ingresos marginales están muy por debajo de sus costos marginales, sin embargo no existen estudios rigurosos al respecto. Posteriormente, bajo la óptica keynesiana se comienza a considerar la intervención del Estado como algo necesario para corregir los fallos de mercado, lo que podría haber motivado estudios referentes a las externalidades positivas que genera el arte y la cultura, algo que tampoco sucedió.

La *economía de la cultura* como disciplina nace a partir de la obra de Baumol y Bowen (1966). Estos autores analizan el dilema económico de la “enfermedad de los costos” que afectaba a los artistas escénicos estadounidenses, llevándoles a justificar la necesidad de intervención del Estado a través del subsidio de las actividades artísticas (Palma y Aguado, 2010). Al poner énfasis tanto en las especificidades del sector como en el papel de los poderes públicos, ese primer ejercicio abrió camino para otros trabajos sobre economía de la cultura que se multiplicaron en la década de 1970¹.

¿Cuál es el enfoque adoptado por esta corriente? Algunos autores piensan que el arte escapa de la racionalidad económica y que los artistas son seres que pueden actuar aislados del mercado, y otros por el contrario, piensan que el arte debe ser analizado únicamente bajo el amparo de las leyes de oferta y demanda. Pero en realidad el arte pertenece a los dos mundos: por un lado, “el arte, al igual que la belleza, la libertad o la justicia son conceptos abstractos” (Frey, 2000: 10), lo que dificulta su explicación tradicional desde el punto de vista de la economía; por otro lado, el arte es un bien tangible sujeto a las leyes de oferta y demanda, lo que lo convierte en un área de gran interés para la investigación.

“La economía del arte es una subdisciplina de la economía moderna que identifica y analiza el arte utilizando el método de elecciones racionales, es decir el comportamiento de productores y consumidores de obras y de manifestaciones artísticas, tomando en cuenta tanto valores económicos (mercado físico) como valores culturales o subjetivos

(mercado de las ideas)” (Rascón, 2009:12).

Por otro lado, en los últimos años las obras de arte como mercancías se han vuelto relevantes para los inversionistas, pues son vistos como un activo de inversión alternativo a los activos financieros como las acciones y los bonos y a los activos inmobiliarios que pueden producir importantes rentabilidades y están afectados por una menor volatilidad. Autores como Baumol (1986), Goetzmann (1993) y Mei and Moses (2002) analizan este tópico.

El mercado del arte

En esta sección vamos a analizar dos elementos del mercado del arte, el bien cultural y las fuerzas que gobiernan el mercado del arte, desde el lado de la oferta, de la demanda y el equilibrio de mercado. Este análisis nos dará información sobre los fallos del mercado del arte, lo que nos permitirá comprender cuáles deben ser los instrumentos de política económica que logren una adecuada asignación de los beneficios del arte.

El bien cultural

Los bienes culturales comparten una serie de características observables, así, “su producción implica alguna forma de creatividad, se relacionan con la generación y comunicación de significado simbólico (a quienes los consumen), y el producto representa, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual (por lo que deben estar sujetos a leyes que protegen la obra)” (Palma y Aguado, 2010: 146). Además, tienen una naturaleza mixta, pues son al mismo tiempo un bien privado, un bien público, un bien de mérito y un bien cultural (Rascón, 2009:16). Encarnan o dan lugar a formas de valor que no se pueden expresar totalmente en térmi-

1 Otros autores forman parte de esta escuela son Moore (1968), Mazzocchi (1971), Gerelli (1974), Villani (1978), Gallais-Hamonno (1972), Peacock y Weir (1975), Blaug (1976), Moulin (1977), Netzer (1978), Throsby y Whithers (1979), Leroy (1980), Dupuis (1980), Menger (1983), Sagot-Duvaurox (1985), Greffe (1985), Dupuis y Greffe (1985) por citar algunos (citado en Frey, 2000).

nos monetarios sino también en términos simbólicos (Palma y Aguado, 2010: 147).

Fuerzas que gobiernan el mercado del arte

La siguiente cuestión es identificar cómo se fija el precio de los bienes culturales. Los precios representan los términos voluntarios a los cuales los compradores y los vendedores intercambian los bienes y servicios, es decir, coordinan las decisiones de productores y consumidores en un mercado. Por tanto, la fijación del precio de equilibrio en el mercado de arte depende de la oferta y la demanda de arte, así como de las condiciones en las cuales se intercambian estos bienes. Este análisis permitirá detectar la presencia de fallos del mercado, que justifican la intervención del Estado.

A lo largo de la historia habíamos estado acostumbrados a una frase popular “el arte no tiene precio”, pero se puede recurrir a varios elementos de análisis para aseverar o refutar este pensamiento. Una opción, como manifiesta Ugarte (2000) es que esta frase haya sido pensada como mecanismo de protección para el arte frente a la mercantilización. Por otro lado, se puede cambiar la perspectiva y analizar con un nuevo enfoque en donde tal vez en verdad el arte no tiene precio, ya que en realidad no se trata de un bien o de una cualidad exacta. Pero las obras de arte, en muchas ocasiones son bienes que aparecen en el mercado donde se puede encontrar *valor cultural*, *valor histórico*, etc. Por tanto, estos objetos sí pueden poseer un precio. Ahora la cuestión es identificar cómo se fija ese precio y si en realidad refleja el *valor cultural* de la obra, ya que la apreciación de una obra de arte es subjetiva como habíamos manifestado anteriormente.

Para este caso entonces, se suele recurrir a elementos del mercado del arte, que pueden dar una valoración de las obras en base al conocimiento y la experiencia. Este es el caso del crítico de arte, el teórico, el museólogo, el historiador y tal vez el más importante de todos, el público en general y su capacidad para pagar un determinado precio por una obra.

Es decir, se debe tener en cuenta la dualidad del arte como bien debido a que: “el bien cultural tiene valor económico (visible y medible) y valor cultural (externalidad positiva, de difícil observación y medición). Además los bienes culturales se mueven en un mercado dual; el mercado físico (bienes comunes y materiales) y el mercado de las ideas (mercado simbólico o de valoraciones)” (Rascón, 2009: 27). Esta doble dualidad se debe tomar en cuenta al momento de analizar la racionalidad de las decisiones que toman los actores que participan en el mercado del arte, tanto desde el lado de la oferta como de la demanda, para después entender los problemas asociados a la ausencia de equilibrio en el mercado del arte.

Oferta de arte

La oferta está determinada por las decisiones de cada artista para producir arte. Algunas consideraciones: en primer lugar no se puede catalogar de manera objetiva quién es y quién no es artista; dentro de este grupo de oferentes se debe además identificar a aquellas personas que buscan crear una obra de arte para venderla en el mercado y también a las personas que por convención se dice que forman parte del *mundo del arte* (Ugarte, 2000). Frey (2000) los llama artistas de tipo “autónomo” y “artistas incluidos en organizaciones”.

Un artista para crear arte necesita de talento, materiales o insumos y tiempo. El talento se tiene o no se tiene, y es difícilmente agotable. Los insumos pueden suponer una parte relevante del costo final de la obra, por ejemplo una obra de teatro, una escultura, pero también puede representar una parte muy pequeña, por ejemplo los materiales de un cuadro de Van Gogh o la fotografía de Andreas Gursky puede costar muy poco en relación con el precio de la obra. No obstante, muchos artistas incluyen los costos de materiales dentro de los gastos cotidianos. De este modo, el verdadero recurso escaso sobre el cual un artista toma decisiones económicas es el tiempo. Un artista debe decidir cuánto tiempo dedicar a crear arte, al ocio y al trabajo. En el caso de que un artista viva completamente de su arte, su decisión de tiempo se divide entre crear arte y el ocio como cualquier otro agente en la economía. Por el contrario, el artista que crea arte pero no tiene suficientes ingresos para sobrevivir se enfrenta a la elección de tiempo. Es por esta razón que algunos artistas se ven forzados a trabajar en mercados más formales donde reciben un ingreso que les permite subsistir a ellos y su familia. Sin embargo, y debido a que el arte les produce satisfacción mayor que el trabajo, los artistas no se dedicarán completamente a la labor remunerada o al ocio, sino que detraerán parte de ese tiempo para crear arte.

Para entender realmente la decisión racional del artista en este último escenario se debe incluir el valor del arte como bien cultural en el mercado de las ideas. Un artista tiene una función de utilidad basada en el valor económico y en el valor cultural del bien de arte que produce. Dependiendo de la ponderación que el artista otorga a cada valor, podemos entender por qué los artistas pueden tener muy bajos ingresos económicos y aún así dedicarse al arte, pues el valor cultural en su función de utilidad es mayor que el valor económico. Por el contrario, aquellos artistas que priman el valor económico al valor cultural puede que mantengan un trabajo estándar y se dediquen al arte de manera esporádica.

El lado de la oferta de la industria de las artes comprende una amplia variedad de unidades de producción, que abarcan desde corporaciones empresariales hasta productores individuales en régimen de autoempleo.

Aunque no se pueden trazar líneas claras, se puede afirmar de manera general que la oferta orientada hacia fines lucrativos en las artes abarca espectáculos populares y formas culturales en las que la demanda es fuerte y se halla muy extendida, y en las que los motivos financieros dominan sobre los valores culturales en la organización de la producción. Las características de la oferta en este sector de la industria de las artes se pueden analizar en términos similares a los aplicables a cualquier industria de base comercial de la economía, con la diferencia de que ocasionalmente pueden haber motivos para imponer el interés público de una u otra manera si el contenido cultural del producto lo justifica.

El sector menos enfocado al lucro, por otra parte, abarca formas de expresión artística individual o colectiva como el arte de la calle que puede tomar la forma de música, teatro, poesía, ópera, danza, pintura, escultura, arte visual, etc. Las actividades de producción dentro de estos grupos de productos tienden a tener más interés por los valores culturales que por los beneficios financieros.

Demanda de arte

La demanda de arte es muy difícil de definir puesto que no está representada únicamente por el conjunto de personas que compran obras de arte, sino que también incluye aquellas personas que gustan de apreciar una obra de arte dentro de un museo o una galería, pero que en realidad no representan un valor pagado hacia el artista (Ugarte, 2000).

Los economistas suelen medir la demanda, incluso en el caso del arte, considerando *la disposición mínima a pagar* lo cual genera otro dilema, pues pueden existir tantas disposiciones como personas y como obras de arte, por lo que no se puede llegar a atribuir un valor artístico intrínseco a una obra (Frey, 2000).

La demanda de arte puede ser explicada como una demanda de consumo, pues genera satisfacción a quien puede comprar la obra o a quien puede apreciarla en una exposición. Por otra parte, quien posee la obra posiblemente se enfrenta a un reconocimiento social, que lo hace muy atractivo, convirtiéndose en un bien de lujo que podría incluso tener una curva de demanda con pendiente positiva (bien *veblen* o *giffen*), es decir, que al aumentar su precio también aumenta su cantidad demandada.

La demanda de arte también puede ser explicada como una inversión en formación de capital humano, pues el ir a museos o galerías representa capacitación y aprendizaje para la población. La demanda de arte también se puede explicar por las expectativas de revalorización de una obra, es decir se le puede ver como un bien de inversión, ya que su precio puede estar sujeto a fuertes especulaciones, pudiendo tener una elevada rentabilidad (Ugarte, 2000).

Los estudios sobre la demanda de arte han determinado los siguientes patrones que definen al consumidor de arte:

"a mayor salario, mayor el consumo [relativo] de recreación y entretenimiento (el arte es una parte de ese mercado); la cantidad demandada de artículos o servicios culturales no cambia significativamente ante aumentos o reducciones de los precios en los bienes de arte; por tanto, un incremento de salario aumenta el consumo de los bienes de ocio y recreación, pero el aumento del consumo de bienes culturales dependerá de los gustos y preferencias. Se ha comprobado en las investigaciones de Bourdieu (1992), entre otros, que la demanda aumentará según la previa exposición a objetos de arte y servicios culturales, y de acuerdo al nivel de educación, independientemente del nivel de ingresos"

(Rascón, 2009: 36).

Por otra parte, algunos críticos consideran que la demanda de arte puede llevar a que los artistas primen el costo material o temporal en desmedro de la creatividad artística es decir, obligándoles a una excesiva mercantilización de su obra. Por ese motivo, quizás, el Estado debería intervenir en el mercado del arte como coleccionista u operador en el mercado del arte que valora la creatividad y no tanto el costo del cuadro.

Equilibrio en el mercado de arte

Hasta el momento se ha considerado a la oferta y la demanda como dos elementos separados. Ahora conjugamos ambas dimensiones para ver cómo se forman los precios. "No hay que olvidar, sin embargo, que el equilibrio entre la oferta y la demanda determina, en gran medida, la naturaleza del artista desde el punto de vista económico" (Frey, 2000). Es decir, existe una fuerte variabilidad en los precios entre una obra de arte y otra que a su vez puede ser un indicador de la valoración social del artista, lo que en conjunto con la apreciación de los expertos de arte, museólogos, entre otros, puede determinar el valor de mercado de la obra y del artista.

Por otro lado, se debe tener en cuenta que al igual que en cualquier mercado, sus elementos son dinámicos por lo tanto se puede incurrir en desequilibrios, como un exceso de demanda de arte que genera tensiones hacia arriba en los precios o un exceso de oferta de arte con tensiones en sentido contrario, lo que nos ayuda a comprender mejor los procesos de creación y absorción de arte (Frey, 2000).

"Debido al carácter mixto de una obra de arte, a su producción dual de valores económicos y culturales y a la necesidad del paso del tiempo (es decir, éste no es un mercado estático), casi nunca se puede llegar a un punto de equilibrio en el mercado de las artes" (Rascón, 2009: 41). De este modo, los desequilibrios pueden provenir por el lado de la oferta ya que por lo general un artista percibe que su obra (valor cultural) está subvalorada por el merca-

EL ESTADO DEBE INTERVENIR EN EL MERCADO DEL ARTE COMO UN ENTE REGULADOR QUE CORRIGE LOS FALLOS DEL MERCADO, A TRAVÉS DE ESTÍMULOS TANTO EN OFERTA COMO EN DEMANDA QUE PERMITAN ALCANZAR UN EQUILIBRIO EN EL CUAL SE MAXIMICE EL BIENESTAR DE LOS ARTISTAS Y LOS CONSUMIDORES DE ARTE.

do (valor económico) por lo que podría no sentirse satisfecho con la disposición a pagar de la demanda en el mercado monetario. Por la parte de la demanda, los desequilibrios se generan porque, por lo general, el consumidor no está dispuesto a pagar por la fracción que corresponde al bien público, pues asume que esta fracción la pagó con sus impuestos.

En esta situación, si el artista no recibe ningún subsidio por parte del Gobierno, deberá conformarse con el precio de mercado, optando la mayoría de las veces por bajar los precios hasta encontrar el equilibrio, caso contrario no lograría vender su obra.

En suma, los desequilibrios de la oferta y la demanda del mercado del arte muestran la presencia de fallos del mercado provocados por la naturaleza ambivalente de los bienes culturales que interactúan en dos mercados (el mercado de los bienes físicos y el mercado de las ideas), por lo que es difícil alcanzar un valor consensuado del bien cultural. La capacidad de los bienes culturales de generar externalidades positivas a la sociedad en su conjunto justifica una intervención activa del Estado.

Por otro lado, la cultura y el arte pueden ser considerados como bienes públicos promotores del crecimiento y el desarrollo económico gracias a las externalidades positivas que emanan hacia la sociedad, a través de su consumo individual o colectivo, promoviendo la creatividad, la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano pues permite a una sociedad identificarse con su cultura. El bien cultural a su vez genera sentimientos de cohesión y de pertenencia a esa sociedad, haciéndola más sensible y respetuosa de las normas. Todo ello refuerza la justificación de una intervención activa del Estado en el mercado del arte y la cultura.

Instrumentos de política económica

El Estado debe intervenir en el mercado del arte como un ente regulador que corrige los fallos del mercado, a través de estímulos tanto en oferta como en demanda que permitan alcanzar un equilibrio en el cual se maximice el bienestar de los artistas y los consumidores de arte. Además, por su carácter de bien público,

es necesaria la creación de políticas culturales para potenciar las externalidades que genera el arte en la sociedad.

Aparte del Estado otras organizaciones intervienen para corregir los fallos del mercado del arte: instituciones no gubernamentales como asociaciones de artistas, historiadores del arte, instituciones académicas, organismos internacionales, o incluso alianzas entre sectores gubernamentales y no gubernamentales.

Entre los instrumentos para incentivar la demanda del arte, se deben impulsar políticas de educación en el arte, que generen incentivos hacia su mayor consumo, promover la equidad en el consumo de arte, la difusión y la comunicación de los eventos culturales. Otros instrumentos de demanda son las exenciones fiscales a los individuos que compran bienes de arte o la creación de políticas de adquisición de obras de arte por parte del Estado, con el fin de promover la oferta de arte por parte de los artistas, al igual que va constituyendo un patrimonio cultural y artístico para las futuras generaciones.

Entre los instrumentos para incentivar la oferta del arte se debe promover la profesionalización, no sólo del artista sino de otros agentes que interactúan en el mercado de las artes como es el caso de historiadores del arte, críticos, curadores. La profesionalización del mercado del arte conlleva a que el mercado desarrolle una dinámica de crecimiento mucho más acelerada y sostenible. El Estado además puede proveer de apoyo financiero directo e indirecto a los artistas. Finalmente, el Estado debe promover la protección de la obra del artista.

El mercado ecuatoriano del arte

El mercado del arte ecuatoriano es muy reducido debido principalmente a la falta de demanda interna. La fuerte expansión del mercado del arte ecuatoriano durante los años 60 y 80, dieron pie al surgimiento de obras de excelente calidad, pero a precios muy altos, lo que trajo consigo problemas de explotación a la obra de los artistas (obras de arte como mercancías), convirtiéndose en un mercado sumamente especulativo, con concentración de poder en la figura del marchante. Un problema adicional provino

EN LO REFERENTE A LA PROTECCIÓN DEL ARTISTA Y SU OBRA, EN EL ECUADOR ENCONTRAMOS UNA SÓLIDA BASE JURÍDICA QUE TRATA DE GARANTIZAR LOS DERECHOS DE AUTOR SOBRE SU OBRA, SIN EMBARGO, NO EXISTE EVIDENCIA DE UNA PROTECCIÓN EFECTIVA EN ESTE SENTIDO DADA LA PRÁCTICA GENERALIZADA DE FALSIFICACIONES QUE NO SON CONTROLADAS POR NINGÚN ORGANISMO DE CONTROL.

por parte de la demanda donde los coleccionistas fueron demasiado receptivos a los gustos sociales del momento que limitó la creatividad a temas comerciales. Es un mercado de gran debilidad frente a crisis económicas. La crisis bancaria del 2000 afectó el mercado del arte local, con el cierre masivo de galerías, fuerte caída de los precios de las obras, que actualmente se ubican hasta cinco veces por debajo del precio anterior a la crisis bancaria.

En la actualidad existe una escasa difusión de la obra de los artistas así como una limitada competencia, que muchas veces proviene del sector oficial. Este es el caso de las galerías de arte, cuyos principales competidores en los centros culturales, que subsisten con recursos financiados por el Gobierno, mientras que las galerías se deben financiar con el auspicio de empresas privadas, no siempre fácil de conseguir, siendo más atractivos para los artistas que quieren promocionar su obra.

Es un mercado propenso a la falsificación y a reproducciones que vulneran los derechos de autor. Obras originales de pintores relevantes como Guayasamín, Kingman o Gonzalo Endara alcanzan precios que superan los 20 000 dólares, en promedio. Sin embargo, el mercado está plagado de reproducciones que por lo general son falsificaciones, que se venden a precios muchísimo menores en galerías, parques y bajo pedido, en muchos de los casos violando los derechos de autor. La Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador establece los mecanismos mediante los cuales los titulares de los derechos pueden iniciar acciones contra los falsificadores, pero no se hacen efectivos por parte de los órganos competentes.

Este puede ser un motivo por el que las obras de arte de artistas ecuatorianos reconocidos se valoren a mejor precio en el mercado internacional que en el mercado local.

Todos los análisis sin excepción concuerdan que existe una falta de apoyo por parte del Estado, y sugieren una mayor intervención

en el mercado del arte. Es imperativo legislar en torno a las prácticas artísticas, especialmente aquellas vinculadas a la comercialización, promoción y tasación de las obras para evitar oportunismos y estafas. Vélez (2008) resalta que el mercado no ha podido todavía despegar para cumplir su función y postula que “tanto el sistema oficial como el particular están llamados a coordinar acciones conjuntas que permitan fortalecer la institucionalidad del arte, y den cabida por ejemplo al coleccionismo de arte, ferias de arte, subastas, etc”.

Es necesaria una intervención del Estado en la reforma del sector educativo tanto de artistas como de la población en general. La formación de los artistas profesionales se enfrenta a varios problemas como la estructura curricular. “A esto hay que añadir, la educación deficiente a nivel superior, que no es algo específico de las artes, pero sí más notorio. [...] En nuestras escuelas de arte, estamos graduando a individuos con títulos de licenciado, pero que a lo sumo su formación garantiza un nivel de bachillerato medio” (Vélez, 2008: 13).

Vélez (2008: 13) lamenta que “[e]n los centros académicos más importantes del mundo, la educación en artes se encuentra de acuerdo a estándares bien definidos y concordancia con los lineamientos de la UNESCO. Lo normal es que una malla curricular tenga un 60% o más de teoría relativa al arte, y un 40% o menos de práctica artística, esto es comprensible en lugares donde hay una mayor consolidación del proceso artístico; en Ecuador las escuelas de arte, dedican el 75% o más a la práctica y el 25% o menos a materias humanísticas”.

En lo referente a la protección del artista y su obra, en el Ecuador encontramos una sólida base jurídica que trata de garantizar los derechos de autor sobre su obra, sin embargo, no existe evidencia de una protección efectiva en este sentido dada la práctica generalizada de falsificaciones que no son controladas por ningún organismo de control. Por otra parte, tampoco se encuentra

legislación o instituciones que garanticen la protección al artista referente a su inclusión en el mercado de trabajo y a la obtención de ingresos que garanticen su inclusión social.

Las obras artísticas se norman primeramente en la Constitución Política del Ecuador (vigente 2008). En el artículo 22 se expresa que “las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría”. Lo que implica que el Estado ecuatoriano reconoce la importancia de la existencia de una sociedad con expresiones culturales propias.

De acuerdo a Ley de Propiedad Intelectual vigente desde mayo de 1998, los derechos de autor son “el reconocimiento y garantía que tienen los autores y titulares sobre sus obras y este derecho nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión” (art. 5). Bajo esta misma ley, la protección al artista abarca sus obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisiones radiofónicas sin importar el lugar de origen, nacionalidad, publicación o domicilio del autor (art. 5).

El conocimiento de esta Ley es de vital importancia para los artistas ecuatorianos, ya que necesitan saber sobre sus derechos y obligaciones. El Estado ecuatoriano delega al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) el fomento, promoción y protección de la creación intelectual de los usuarios (IEPI, 2011).

Bibliografía

Baumol, W.J. y W. G. Bowen (1966). *Performing Arts: The Economic Dilemma*, New York: The Twentieth Century Fund.

Constitución Política del Ecuador (2008). Asamblea Constituyente Quito.

Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. Acta de París del 24 de julio de 1971 y enmendada el 28 de septiembre de 1979.

Entidad de Gestión de Derechos de Productores Audiovisuales de Ecuador (EGEDA) <http://www.egeda.ec/>

Federación Nacional de Artistas Profesionales del Ecuador (FENARPE) <http://www.fenarpe.com/webportal/seccion/18/Quienes-Somos>

Ficha Informativa de la Convención Internacional OIT/UNESCO/OMPI sobre la protección de los artistas in-

térpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión, Convención de Roma, octubre de 1991.

Frey, B. (2000). *La economía del arte*. Barcelona: Caja de Ahorro y Pensiones de Barcelona.

Hoy (2011). “Impuestos y taquillas por adelantado y los artistas no ven resultado” <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/impuestos-y-taquillas-por-adelantado-y-os-artistas-no-ven-resultado-452514.html>

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) <http://www.iepi.gob.ec/>

Ley de la Propiedad Intelectual- Derechos de Propiedad Intelectual- Legislación Nacional-Ecuador.

Mei J. y M. Moses (2002). “Art as an Investment and the Underperformance of Masterpieces” <http://people.stern.nyu.edu/jmei/artgood.pdf>

Palma L.A. y L.F. Aguado (2010). “Economía de la cultura, una nueva área en especialización en la economía”. *Revista de economía institucional* 12(22). Primer semestre.

Rascón, C. (2009). *La economía del arte*. México D.F: Nostra Ediciones

Rausell, P. (1999). *Política y sectores culturales en la comunidad valenciana*. Universitat de València: Editorial Tirant lo Blanch.

Sociedad Colectiva de los artistas, intérpretes y músicos ejecutantes del Ecuador (SARIME) <http://www.sarime.com/>

Sociedad de Autores del Ecuador (SAYCE) http://www.sayce.com.ec/sayce.php?pagina=quienes_somos

Sociedad de Productores de Fonogramas (SOFOPRON) <http://www.soprofon.ec/>

Stein, J. P. (1977). “The monetary appreciation of paintings”. *Journal of Political Economy*. 85:1021-1035.

Ugarte, D. (2000). *Microeconomía del arte y la pintura*. Madrid, España. Edición digital. http://david.lasindias.com/gomi/documentos/microeconomia_del_arte_y_pintura.pdf

Vélez, P. (2008). “Notas sobre la situación del arte contemporáneo en Ecuador”. Presentación en el Coloquio “Estética e Historia del Arte en Ecuador”. http://usal.academia.edu/pvelez/Papers/910951/Notas_sobre_la_situacion_del_arte_contemporaneo_en_Ecuador